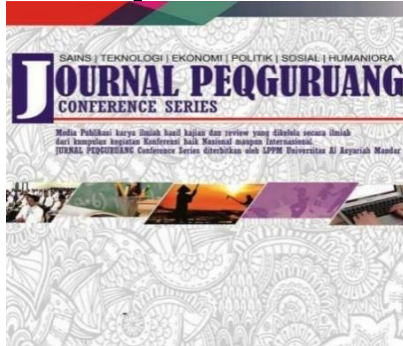


### Graphical abstract



## KOLABORASI DINAS PERINDUSTRIAN PERDAGANGAN KOPERASI DAN UKM DENGAN PELAKU UMKM DALAM PENINGKATAN DAYA SAING PRODUK LOKAL

<sup>1</sup>\*Maghfirah Tuzzahr, <sup>2</sup>Muhammad Syaeba, <sup>3</sup>Abdul Khalik

<sup>1,2,3</sup>Universitas Al Asyariah Mandar

\*Corresponding author

[Maghfirahtuzzahra44@gmail.com](mailto:Maghfirahtuzzahra44@gmail.com)

### Abstract

The approach used in this research is descriptive qualitative research. Data collection techniques were carried out through observation, in-depth interviews, and documentation. This study aims to identify the collaboration between the Department of Industry, Trade, Cooperatives, and SMEs and MSME actors in enhancing the competitiveness of local products. The informants in this study consisted of the Head of the Industry Division, the Head of the Cooperatives and SMEs Division, and MSME actors. The research findings indicate that the collaboration between the Department of Industry, Trade, Cooperatives, and SMEs and MSME actors in improving the competitiveness of local products has not been fully optimized. Although open communication and training have been conducted, their implementation is uneven and still faces challenges such as low participation, limited resources, and incomplete understanding among the actors. This collaboration requires more intensive guidance, equitable assistance, and sustainable strategies to achieve more optimal results.

**Keywords:** Collaboration, Department of Industry, Trade, Cooperatives, and SMEs, MSMEs, Enhancement of local product competitiveness

### Abstrak

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kolaborasi yang dilakukan dinas perindustrian perdagangan koperasi dan ukm dengan pelaku umkm dalam meningkatkan daya saing produk lokal. Informan pada penelitian ini terdiri dari kepala bidang perindustrian, kepala bidang koperasi dan ukm, serta pelaku UMKM. Hasil penelitian menunjukkan kolaborasi antara Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, dan UKM dengan pelaku UMKM dalam peningkatan daya saing produk lokal menggunakan teori Ansell dan Gash mengacu pada lima indikator utama yaitu dialog tatap muka, membangun kepercayaan, komitmen terhadap proses, pemahaman bersama dan hasil akhir yang ingin di capai. Dari kelima indikator yang digunakan dalam penelitian, empat di antaranya telah berjalan dengan baik, mencerminkan adanya komitmen antara dinas dan pelaku UMKM dalam mendorong daya saing produk lokal. Namun, masih terdapat satu indikator yang belum tercapai secara maksimal, yakni indikator mengenai konsistensi pelatihan, pendampingan, dan penguatan sistem kolaborasi belum berjalan maksimal. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan sumber daya manusia dan anggaran, rendahnya minat generasi muda, minimnya dukungan dana, sulitnya akses pasar, serta lemahnya promosi dan distribusi produk lokal dibandingkan produk luar.

**Kata kunci** : Kolaborasi, Disperindagkop, UMKM, Peningkatan daya saing produk lokal

### Article history

DOI: 10.35329/jp.v8i1.6605

Received : 04-05-2026 / Received in revised form : 23-05-2026 / Accepted : 24-05-2026

## 1. PENDAHULUAN

Produk lokal memainkan peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia, baik dari segi sosial maupun ekonomi. Apalagi di Indonesia saat ini, ekonomi inovatif terus diduduki, terutama setelah mengetahui seberapa besar komitmen industri ekonomi imajinatif seperti seni, musik, gaya, dan promosi terhadap pembangunan moneter Indonesia. Hal ini karena industri ekonomi imajinatif merupakan hasil dari pemanfaatan daya cipta, kemampuan, dan bakat individu untuk berkembang dan berkarya dengan menghasilkan dan memanfaatkan daya cipta dan daya cipta individu. (Khalik et al, 2021) "Kesadaran yang semakin meningkat di kalangan konsumen tentang pentingnya mendukung perekonomian lokal serta membeli barang-barang yang diproduksi oleh produsen lokal telah mendorong peningkatan kebutuhan akan produk-produk lokal. (Damarwulan, 2018) Pertama, produk lokal mendukung ketahanan ekonomi masyarakat dengan menyediakan lapangan kerja. Banyak para pelaku usaha yang bergerak dalam produksi barang dan jasa lokal, sehingga membantu mengurangi angka pengangguran. Produk lokal juga berkontribusi terhadap keberagaman dan kekayaan budaya Indonesia. Dengan meningkatnya permintaan terhadap produk lokal, pelaku usaha dapat memperluas usaha mereka, meningkatkan pendapatan, dan berkontribusi pada perekonomian daerah. Setiap daerah memiliki produk unggulan yang mencerminkan tradisi dan kearifan lokal, seperti kerajinan tangan, makanan khas, dan hasil pertanian. Dengan mempromosikan produk lokal, masyarakat dapat menjaga dan melestarikan budaya mereka, sekaligus memperkenalkan keunikan Indonesia kepada dunia. Melalui dukungan kebijakan yang tepat dan akses ke pembiayaan, usaha produk lokal dapat terus tumbuh dan berperan lebih besar dalam pembangunan ekonomi nasional.

dukungan terhadap produk lokal juga membantu mengurangi ketergantungan pada barang impor. Dengan meningkatkan produksi dan konsumsi barang lokal, Indonesia dapat mengurangi defisit neraca perdagangan dan memperkuat posisi ekonominya di pasar global. Selain itu, investasi dalam pengembangan produk lokal dapat mendorong inovasi dan meningkatkan daya saing. Oleh karena itu, keberpihakan terhadap produk lokal menjadi langkah strategis dalam memajukan perekonomian nasional dan menciptakan masyarakat yang lebih.

Produk lokal memberikan dampak positif yang signifikan terhadap perekonomian suatu kabupaten. Salah satu dampaknya adalah pengembangan ekonomi lokal, di mana promosi dan penjualan produk lokal dapat meningkatkan pendapatan masyarakat setempat. Hal ini berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi daerah secara keseluruhan. Produk lokal juga memiliki keistimewaan dalam hal keaslian serta kekhasan yang dapat menarik minat di pasar internasional. Daya tarik produk lokal berbeda dan menonjol di dibandingkan dengan barang-barang dari luar negeri di pasar global. Keunggulan dari

produk lokal ini tidak hanya berasal dari kekayaan budaya atau inovasinya, tetapi juga dari berbagai faktor lain yang memungkinkan mereka bersaing di panggung internasional. (Denata, 2024) Banyak produk lokal yang dihasilkan oleh usaha mikro, kecil, dan menengah, yang berfungsi sebagai pendorong utama dalam menciptakan kesempatan kerja dan mengurangi tingkat kemiskinan. Dengan memusatkan perhatian pada produk lokal, produsen akan terdorong untuk meningkatkan kualitas dan inovasi produk mereka, seiring dengan meningkatnya persaingan di pasar.

Selain aspek ekonomi, produk lokal sering kali berkaitan erat dengan budaya dan tradisi setempat, sehingga membantu melestarikan warisan budaya yang ada. Keberadaan produk lokal yang unik juga dapat meningkatkan daya tarik wisatawan, memberikan dampak positif bagi sektor pariwisata dan ekonomi lokal. yang pada akhirnya akan bermanfaat bagi masyarakat secara umum.

Kabupaten Polewali Mandar, Provinsi Sulawesi Barat memiliki beragam produk lokal unggulan, diantaranya kain tenun sutera atau *lipa sa'be*, *lipa sa'be* ini banyak dipakai oleh masyarakat setempat. Kualitasnya yang bagus dan desain yang indah menjadikannya pilihan utama untuk di pakai di berbagai acara, baik formal maupun informal. Selain itu, sarung ini melambangkan budaya dan tradisi Suku Mandar, mencerminkan keahlian pengrajin lokal. Tenun sutera Mandar merupakan salah satu warisan budaya yang kaya, menyimpan makna mendalam dalam kehidupan masyarakat Mandar. Produk ini tidak hanya mencerminkan keterampilan teknis yang diwariskan dari generasi ke generasi, tetapi juga nilai-nilai estetika dan simbolis yang kaya. Dengan corak dan motif khas, tenun sutera Mandar menggambarkan identitas budaya serta tradisi yang telah ada selama ratusan tahun.

Kolaborasi antara dinas perindustrian, perdagangan, koperasi, dan ukm dengan pelaku ukm sangat penting untuk mengoptimalkan potensi sektor ekonomi lokal. Dinas perindustrian dan perdagangan memiliki peran strategis dalam mendukung pengembangan industri dan perdagangan, sedangkan koperasi dan ukm merupakan tulang punggung perekonomian masyarakat. Dengan menjalin kemitraan yang erat baik dengan pemerintah, lembaga keuangan, maupun sektor swasta, diharapkan akan tercipta sinergi yang mampu meningkatkan akses pasar, sumber daya, serta teknologi bagi pelaku usaha. Hal ini juga memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk berpartisipasi dalam rantai nilai yang lebih besar dan meningkatkan daya saing mereka.

Meskipun produk lokal memiliki potensi besar, perlu upaya lebih untuk meningkatkan kapasitas dan daya saing mereka. Di tengah arus globalisasi dan perkembangan industri fashion yang pesat, produk tenun sutera Mandar menghadapi tantangan besar dalam hal daya saing. Penting untuk menguatkan nilai seni dan keunikan tenun sutera Mandar, tidak hanya untuk melestarikan warisan budaya, tetapi juga untuk meningkatkan posisi produk ini di pasar yang lebih luas,

baik lokal maupun internasional. Upaya ini diperlukan agar tenun sutera Mandar tidak hanya dikenal sebagai produk tradisional, tetapi juga diakui sebagai karya seni berkualitas tinggi dan bernilai ekonomi. Dengan kolaborasi ini, diharapkan dapat ditemukan perencanaan yang efektif untuk mengembangkan dan mempromosikan tenun sutera Mandar, sehingga dapat bersaing di tingkat global dan mengangkat harkat serta martabat pengrajin lokal. Dengan mengidentifikasi tantangan ini, kolaborasi yang dikembangkan oleh Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, dan UKM akan lebih efektif jika didasarkan pada analisis menyeluruh terhadap kondisi dan kebutuhan produk lokal di daerah

Berdasarkan hasil observasi awal yang penulis lakukan, di temukan beberapa permasalahan dalam implementasinya terdapat beberapa kendala yang menyebabkan hasil yang dicapai belum optimal, seperti masyarakat yang masih belum terampil dalam mengelola usaha, kurangnya sumber daya manusia, serta ketatnya persaingan dengan produk luar. Maka dari itu, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul Kolaborasi Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, dan UKM dengan Pelaku UMKM dalam Peningkatan Daya Saing Produk Lokal Kabupaten Polewali Mandar. Maka dari itu secara keseluruhan, penelitian ini di harapkan dapat memberikan dampak yang signifikan dalam beberapa aspek. Dari segi meningkatkan perekonomian, mengoptimalkan manfaat aset, meningkatkan usaha masyarakat dalam pengelolaan potensi ekonomi, menciptakan peluang dan jaringan pasar, membuka lapangan kerja. (Magdalena et al, 2024)

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif. Hal ini tujuannya adalah untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai suatu kondisi tertentu dan mendeskripsikan hasil penelitian. Penelitian deskriptif merupakan suatu cara untuk menggambarkan fenomena, baik yang bersifat alami maupun yang dihasilkan dari campur tangan manusia, yang mencakup aktivitas, karakteristik, relasi, perubahan, serta kesamaan dan perbedaan antara satu fenomena dengan yang lainnya. (Rusandi, 2021)

Selain itu, jenis penelitian deskriptif kualitatif ini digunakan untuk menggambarkan fenomena-fenomena yang terjadi di lapangan, baik yang alami maupun yang berasal dari campur tangan manusia, dengan lebih menekankan pada kualitas dan interkoneksi antar kegiatan. (Rusandi, 2021)

Penelitian ini di lakukan di kantor dinas perindustrian perdagangan koperasi dan ukm 14 april s/d 2 juni 2025 Fokus penelitian adalah kolaborasi Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi dan UKM dengan pelaku umkm dalam upaya meningkatkan daya saing produk lokal Informan penelitian merupakan orang-orang yang betul-betul paham atau pelaku yang terlibat langsung dengan permasalahan penelitin. Informan dalam penelitian ini dipilih dengan alasan paling banyak mengetahui atau bahkan terlibat secara langsung dan bisa merasakan apa dampak dari permasalahan tersebut. Untuk mendapatkan informasi yang diperlukan, peneliti

berusaha untuk mengumpulkan data dari para partisipan yang meliputi kepala Bidang Perindustrian, Kepala Bidang koperasi dan UKM, UMKM. Instrumen dalam konteks penelitian adalah alat atau perangkat yang digunakan untuk mengeksplorasi fenomena-fenomena yang ada, dengan tujuan untuk membuktikan atau membantah hipotesis tertentu (Anisa Fauziyah, 2023) Cara untuk mengumpulkan data dalam penelitian adalah melalui Observasi, Wawancara dan Dokumentasi.

Sumber data dibagi menjadi dua kategori utama yaitu data primer jenis sumber data penelitian yang di peroleh secara langsung dari sumber pertama dan Data sekunder data yang didapat dari acuan atau literatur yang terkait dengan penelitian, seperti buku, literatur, dan artikel yang berhubungan dengan objek dan permasalahan penelitian, dokumen, serta laporan penelitian (Indriantoro, 2014) Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini observasi, wawancara dan dokumentasi (Mamik, 2015) Analisis data dilakukan Agar data yang diperoleh selama penelitian ini akurat dan bermanfaat sesuai dengan tujuan, metode analisis yang digunakan adalah teknik analisis data kualitatif. Dalam penelitian, keakuratan dan validasi data merupakan prioritas utama. Namun, perbedaan sumber data dapat mempengaruhi hasil. Analisis data memerlukan ketekunan, fokus dan penelitian literatur untuk mendukung teori. (Sugiyono, 2022)

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Hasil Penelitian

kolaborasi antara Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi dan UKM dengan pelaku UMKM akan berhasil dengan baik jika didahului oleh proses perencanaan yang matang. Dengan adanya perencanaan yang baik, kegiatan kolaboratif dapat diarahkan dengan jelas, serta menyediakan pedoman bagi pelaksanaan yang bertujuan untuk meningkatkan daya saing produk lokal. Perencanaan yang efektif sangat penting untuk memberdayakan pelaku UMKM dalam menciptakan produk yang berkualitas dan kompetitif. Dengan strategi yang jelas dan terarah, semua potensi yang ada seperti sumber daya manusia, inovasi produk, serta nilai-nilai budaya lokal dapat dimanfaatkan secara maksimal. Melalui perencanaan yang komprehensif, kita dapat memastikan bahwa berbagai aspek dari kolaborasi, seperti pelatihan, pemasaran, dan pengembangan inovasi, dapat berjalan secara harmonis dan saling mendukung. Dengan pendekatan ini, tujuan untuk meningkatkan daya saing produk lokal dapat tercapai, memberikan manfaat yang signifikan dan berkelanjutan bagi semua pihak yang terlibat, serta berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi daerah secara keseluruhan.

Berdasarkan hal tersebut yang melatar belakangi peneliti untuk menggunakan teori yang di kemukakan oleh Ansell dan Gash *Collaborative Governance* yaitu dialog tatap muka, membangun kepercayaan, komitmen terhadap proses, pemahaman bersama, dan yang terakhir hasil akhir yang ingin di capai. Dimana dari teori ini, memiliki pendekatan baik secara:

1. dialog tatap muka

Berdasarkan hasil wawancara dari informan pertama yaitu, kepala bidang perindustrian bapak Basri, SE, M. Adm. Pemb sebagai berikut:

“Jadi begini dek pada prinsipnya, bentuk komunikasi kita dengan pelaku UMKM itu melalui kegiatan pembinaan. Kita fokus pada kelompok usaha yang masuk dalam kategori IKM (Industri Kecil dan Menengah), yang artinya hampir sama dengan UMKM. Melalui pembinaan kita dampingi mereka supaya bisa berkembang, baik dari sisi produk yang dihasilkan, legalitas usahanya, maupun perizinan yang dibutuhkan. Jadi, pertemuan atau komunikasi itu biasanya kita lakukan dalam bentuk pelatihan, pendampingan teknis, atau sesi konsultasi, yang semuanya bertujuan agar pelaku UMKM mampu tumbuh secara berkelanjutan.”

“Intensitas pertemuan itu tidak menentu dek, bisa dilakukan kapan saja berdasarkan kebutuhan mereka”

“Kendala kendalanya ya masih begitu rendahnya minat partisipasi aktif dari sebagian pelaku masih belum tersentuh sebenarnya, ini sebenarnya menjadi kendala klasik di lapangan. Dan pengusaha kita juga disini pikirannya yang penting sutera cepet laku tanpa melihat harganya bisa lebih di atas, nah pikiran itu yang mau kita ubah” (wawancara 15 April 2025)

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa pada prinsipnya, bentuk komunikasi antara dinas dan pelaku UMKM, khususnya yang tergolong dalam kategori Industri Kecil dan Menengah (IKM), dilakukan melalui kegiatan pembinaan. Pembinaan ini mencakup pelatihan, pendampingan teknis, serta sesi konsultasi, yang bertujuan untuk membantu pelaku usaha mengembangkan produknya, mengurus legalitas usaha, serta memenuhi persyaratan perizinan yang diperlukan. Intensitas pertemuan bersifat fleksibel, tergantung pada kebutuhan masing-masing pelaku usaha. Namun demikian, kendala yang masih sering dihadapi di lapangan adalah rendahnya tingkat partisipasi aktif dari sebagian pelaku UMKM dan pemikiran atau mindset penjual atau pengusaha ini yang dinas mau ubah dalam menjual sutera mereka, dan juga yang belum terjangkau secara maksimal oleh program pembinaan. Hal ini menjadi tantangan klasik yang perlu terus diatasi agar upaya pemberdayaan UMKM dapat berjalan lebih optimal.

Berdasarkan hasil wawancara dari informan kedua yaitu, kepala bidang koperasi dan UKM ibu Dra. Marjani sebagai berikut:

“Komunikasi atau pertemuan itu tidak tertentu kayak harus sekian kali atau harus formal, jadi kita itu bentuk pembinaan sama pelaku-pelaku umkm itu tidak formal, kami itu melakukan pembinaan kapan dia membutuhkan jadi intensitasnya itu tidak menentu ya bisa datang kesini bisa di datangi bisa dimana kita ketemu kalo mereka butuh jadi sifatnya itu tidak menentu.”

“Kalo pertemuan itu nah biasanya kita turun langsung ya bisa dilakukan kapan saja berdasarkan kebutuhan mereka”

“Banyak, kalau bicara kendala dalam komunikasi memang ada, tapi bukan berarti tidak bisa diatasi. Karena

tiap UMKM itu beda-beda kebutuhannya, jadi kita tidak bisa pake cara yang sama buat semuanya. Ada yang butuh pelatihan soal atur usaha, ada yang butuh bantuanin urus legalitas, ada juga yang pengen tingkatkan kualitas produknya ada juga SDM ini kan pelaku umk tidak sama semua tingkat pendidikannya jadi kita menyesuaikan. Makanya, pembinaan yang kita lakukan harus fleksibel. Nah, karena itu juga, kadang komunikasi sama mereka jadi tidak seragam tergantung siapa yang dihadapi dan apa yang mereka butuhkan.” (wawancara 14 April 2025)

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa komunikasi dan pertemuan dengan pelaku UMKM itu fleksibel, nggak terikat pada jumlah atau formalitas. Kita melakukan pembinaan sesuai kebutuhan mereka, bisa kapan saja dan di mana saja. Setiap UMKM punya kebutuhan yang berbeda, jadi pendekatannya pun harus disesuaikan. Ada yang butuh pelatihan manajemen, ada yang butuh bantuan legalitas, atau peningkatan kualitas produk. Ini semua bikin komunikasi kita jadi variatif, tergantung siapa yang kita hadapi dan apa yang mereka butuhkan.

## 2. membangun kepercayaan

Berdasarkan hasil wawancara dari informan pertama ibu kepala bidang koperasi dan UKM Dra. Marjani sebagai berikut :

“Kalo kami itu terus berupaya meningkatkan kepercayaan pelaku UMKM dengan memberikan motivasi dan pembinaan juga untuk kualitas produk mereka”

“Kalau bentuk bantuan itu adek untuk UMKM itu, sebenarnya bentuknya bermacam-macam, tidak selalu dalam bentuk dana atau barang. Kami dari dinas lebih banyak memberikan seperti bantuan moril, misalnya melalui pembinaan, motivasi, dan arahan pengembangan usaha. Akhir-akhir ini, bantuan langsung berupa dana atau sarana prasarana dari dinas memang sudah jarang karena keterbatasan anggaran. Untuk bantuan semacam itu, biasanya datang dari lembaga lain atau antar kabupaten, tapi prosedur dan prosesnya berbeda.”

“Kalo di dinas itu terus memberikan pembinaan yang betul-betul disesuaikan dengan kebutuhan nyata pelaku UMKM. Artinya, sebelum kita jalankan program, baiknya kita lakukan pemetaan terlebih dahulu baik dari sisi jenis usaha, kapasitas pelaku, sampai tantangan yang mereka hadapi seperti itu.” (wawancara 14 April 2025)

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa Dinas terus berupaya meningkatkan kepercayaan pelaku UMKM dengan memberikan motivasi dan pembinaan yang berfokus pada peningkatan kualitas produk. Bentuk bantuan yang diberikan tidak selalu berupa dana atau barang, melainkan lebih banyak bantuan moril seperti pembinaan, motivasi, dan arahan pengembangan usaha. Bantuan langsung berupa dana atau sarana prasarana dari dinas sudah jarang diberikan akibat keterbatasan anggaran, dan biasanya bantuan semacam itu datang dari lembaga lain atau antar kabupaten dengan prosedur yang berbeda. Dinas selalu menyesuaikan pembinaan dengan kebutuhan nyata pelaku UMKM melalui pemetaan jenis usaha, kapasitas pelaku, dan tantangan yang dihadapi sebelum menjalankan program.

Berdasarkan hasil wawancara dari informan kedua bapak kepala bidang perindustrian Basri, SE, M. Adm. Pemb sebagai berikut:

“Ya kami itu terus berusaha membangun kepercayaan dan komitmen yang kuat dan menjalin hubungan yang erat dengan pelaku UMKM, ya walaupun dana terbatas. Tapi kita di dinas ini, tetap berusaha memberikan dukungan yang maksimal untuk memastikan perkembangan dan keberhasilan mereka pelaku UMKM ini.”

“kami bantu dalam penjualan kemarin misalnya mereka kan membuat, kita bantu pasarkan maksudnya buat pameran seperti itu tetap ada upaya dari kita, dan dari kita juga tetap berusaha turun ke lapangan dan menyampaikan informasi program, meskipun terkadang memang terbatas oleh efisiensi anggaran. Sebenarnya kalo bantuan berupa uang kita bisa bantu tapi kita alihkan ke kur baru kita nanti yang fasilitasi seperti izinnya. legalitas ya hanya itu yang bisa kita bantu karena memang dari kita tidak ada bentuk uang. Tapi, ini bagian dari upaya kami membangun kepercayaan lewat kita hadir secara langsung. Kita data UMKM lewat sistem informasi industri, supaya kalau ada program dari pusat, mereka bisa langsung terdaftar dan diakses.”

“Ya kita harus terus perlu melakukan sosialisasi dan mendukung pengembangan usaha mereka ya walaupun lagi-lagi ada efisiensi anggaran. Tapi kita tetap komitmen buat kasih dukungan maksimal. Penting sekali buat kita supaya informasi dan program bisa diakses sama pelaku UMKM, biar mereka tetap semangat dan bisa kembangkan usaha mereka dengan baik.” (wawancara 15 april 2025)

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa Dinas terus berupaya membangun kepercayaan dan komitmen yang kuat serta menjalin hubungan erat dengan pelaku UMKM meskipun menghadapi keterbatasan dana. Dukungan maksimal tetap diberikan untuk memastikan perkembangan dan keberhasilan pelaku UMKM, sebenarnya bantuan berupa uang dinas bantu tapi lewat kur mereka hanya fasilitasi pelaku berupa izin dan legalitasnya dinas tetap aktif turun ke lapangan dan menyampaikan informasi program, meskipun terkendala efisiensi anggaran. Kepercayaan dibangun melalui kehadiran langsung dan pendataan UMKM melalui sistem informasi industri agar pelaku UMKM dapat dengan mudah mengakses program dari pusat. Dinas juga menekankan pentingnya sosialisasi berkelanjutan dan dukungan dalam pengembangan usaha agar pelaku UMKM tetap termotivasi dan mampu mengembangkan usahanya dengan baik.

### 3. Komitmen Terhadap Proses

Berdasarkan hasil wawancara dari informan pertama kepala bidang koperasi dan UKM Ibu Dra. Marjani Sebagai berikut :

“Kalau soal komitmen peningkatan persaingannya bagaimana ya disana kita keterbatasan sumber daya maksudnya kita mau mengajak yang bukan cuman orang tua tapi anak-anak muda juga harus berkontribusi tapi seperti itu minatnya kurang, karena kan ini penting untuk kedepannya pasti ada sangkut paut sama

persaingan, itu juga salah satu alasannya bagaimana supaya kita bisa bersaing kalau kekurangan orang bagaimana agak susah juga. Tapi ya itu menjadi salah satu tantangan kami bagaimana mengajak anak-anak muda ini kita juga menyuruh masyarakat untuk mengajak mereka. Tapi kami tetap jalankan program ini. kita tetap turun ke lapangan, kasih pembinaan, dampingi UMKM, dan bantu mereka biar usahanya makin berkembang.”

“Iya kita juga melakukan kunjungan lapangan untuk evaluasi. Jadi, ada pendampingan dan evaluasi berkala untuk memastikan keberlanjutan program ini seperti Pelatihan Keterampilan, Pemasaran Produk dan lain sebagainya. Tapi ya itu pasti ada lagi lagi tantangannya.”

“Tantangan utamanya itu dalam menjaga komitmen kita dengan pelaku UMKM dalam proses kolaborasi ini cukup banyak yah. Pertama, ada kendala dalam melakukan pembinaan yang sesuai dengan kebutuhan pelaku UMKM. Kita berusaha untuk memberikan dukungan yang tepat, tapi setiap pelaku memiliki latar belakang dan tingkat pendidikan yang berbeda-beda, yang buat pendekatan kita harus bervariasi.” (wawancara 14 april 2025)

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan Meskipun program pembinaan dan pendampingan dari dinas terhadap pelaku UMKM terus berjalan pelaksanaannya masih menghadapi sejumlah tantangan yang cukup kompleks. Salah satu kendala utama adalah keterbatasan sumber daya manusia, terutama minimnya minat dari generasi muda untuk terlibat dalam pengembangan usaha lokal. Padahal, keberadaan anak muda sangat penting untuk menjamin keberlanjutan serta daya saing produk ke depan. Dinas bersama masyarakat berupaya mendorong keterlibatan mereka, namun perubahan pola pikir dan kesadaran masih membutuhkan waktu. Di sisi lain, proses pembinaan juga tidak bisa dilakukan secara seragam, sebab pelaku UMKM memiliki latar belakang dan tingkat pendidikan yang berbeda-beda, sehingga pendekatan yang digunakan harus menyesuaikan kondisi masing-masing. Menjaga komitmen kolaborasi antara dinas dan pelaku usaha pun bukan hal yang mudah, karena keberhasilan program tidak hanya bergantung pada satu pihak saja, melainkan butuh dukungan dan sinergi dari seluruh elemen, termasuk masyarakat.

Selanjutnya berdasarkan hasil wawancara dari informan kedua kepala bidang Perindustrian Bapak Basri, SE, M. Adm. Pemb Sebagai berikut :

“Sebenarnya dari kami dinas komitmen nyatanya dalam mendukung penun ini melalui berbagai bentuk kerja sama, seperti pelatihan di bidang pemasaran, penyediaan fasilitas perizinan, akses pendanaan seperti KUR, hingga pengembangan produk. Tapi dalam hal peningkatan daya saing khususnya terkait persaingan harga ada beberapa tantangan. Karena itu, dinas mengusulkan adanya Peraturan Daerah (Perda) yang mengatur harga minimal untuk produk seperti sutera asli misalnya tidak boleh dijual di bawah satu juta rupiah agar nilainya tetap terjaga dan bisa bersaing dengan produk seperti songket dari daerah lain. Kita juga mau mengubah pola pikir masyarakat supaya tidak berpikir yang penting cepat

laku, tetapi juga pada nilai dan kualitas produk. Tapi memang Perdanya masih dalam proses dan belum berjalan karena baru kita usulkan, banyak yang di dinas ingin kita dorong tapi terkendala seperti di SDM dan anggaran. Meski semangat kami besar, pelaksanaannya di lapangan masih sering tertunda atau belum maksimal."

"Jadi begini, secara struktur di industri ada bidang khusus kayak UPTD yang nangani hal-hal tertentu misalnya sutera. Untuk komunikasi sama pelaku UMKM."

"Tantangan utama yang kita hadapi ya minat pelakunya yang masih terbatas dan konsumen yang belum banyak tersentuh. Kami juga sudah hampir lima tahun berjalan tanpa bantuan." (wawancara 15 april 2025)

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa Dinas menunjukkan komitmen nyata dalam mendukung para penun lokal melalui berbagai bentuk kerja sama, seperti pelatihan di bidang pemasaran, penyediaan fasilitas perizinan usaha, akses pendanaan melalui program KUR, hingga dukungan dalam pengembangan produk. Namun, dalam upaya peningkatan daya saing, khususnya terkait persaingan harga, masih terdapat berbagai tantangan. Untuk mengatasi hal tersebut, dinas telah mengusulkan Peraturan Daerah (Perda) yang mengatur harga minimum produk sutera asli, agar tidak dijual di bawah satu juta rupiah. Kebijakan ini bertujuan menjaga nilai jual serta meningkatkan daya saing produk lokal terhadap produk sejenis dari luar daerah seperti songket. Di sisi lain, perubahan pola pikir masyarakat juga menjadi perhatian, karena sebagian pelaku UMKM masih berorientasi pada penjualan cepat tanpa mempertimbangkan kualitas dan nilai produk. Sayangnya, Perda ini masih dalam tahap usulan dan belum berjalan karena terkendala berbagai faktor, seperti keterbatasan sumber daya manusia (SDM) dan anggaran. Tantangan lain yang dihadapi adalah rendahnya minat dari pelaku usaha serta kurangnya jangkauan terhadap konsumen. Untuk menjembatani komunikasi dengan pelaku UMKM, dinas juga memiliki struktur khusus seperti UPTD. Namun, dalam lima tahun terakhir, dukungan bantuan yang diberikan masih sangat terbatas, sehingga berbagai inisiatif yang diusulkan sering tertunda atau belum terlaksana secara maksimal.

#### 4. Pemahaman Bersama

Berdasarkan hasil wawancara dari informan pertama yaitu, kepala bidang koperasi dan UKM ibu Dra. Marjani sebagai berikut:

"pelaku UMKM itu mulai paham tujuan dan manfaat program dari dinas. Mereka lihat program ini bisa bantu mereka berkembang, jadi kayak meningkatkan kualitas produk dan manajemennya. Karena dinas juga kasih pembinaan dan info yang penting juga, sosialisasi juga masalah harga sutera itu harus jual dengan melihat nilainya apalagi sutera asli kita, kita suruh jangan asal jual cuma melihat untung kecil saja seperti itu, jadi pelaku UMKM lebih jelas langkah-langkah yang harus diambil buat maju."

"kalo aturan itu mereka sudah paham, karena dari awal sudah ada juknis (petunjuk teknis) yang menjelaskan

prosesnya. Tapi kadang masih ada yang mengira, kalau belum dapet bantuan berarti belum ada kebijakan. Padahal, kebijakan itu bukan soal bantuannya, tapi soal aturan main kayak prosedur dan syaratnya. Nah, info itu biasanya kita sampaikan pas pembinaan atau turun langsung ke lapangan."

"Dari sisi kami di dinas, kita semua punya tujuan yang sama, ya bikin produk lokal lebih bersaing. Kita kasih kebijakan dan program yang bisa bantu pelaku UMKM. Sementara itu pelaku UMKM punya pengalaman langsung dari lapangan. Jadi, dengan kita bicara dan sharing, kita bisa sama-sama menyusun strategi yang lebih pas dan cocok buat kebutuhan mereka." (wawancara 14 april 2025)

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa pelaku UMKM mulai memahami tujuan dan manfaat dari program dinas, terutama dalam meningkatkan kualitas produk dan manajemen usaha. Melalui pembinaan dan sosialisasi, mereka mendapat informasi penting seperti pentingnya menetapkan harga sutera sesuai nilai produk, bukan sekadar mengejar keuntungan kecil.

Pelaku UMKM juga mulai memahami aturan dan prosedur program karena adanya petunjuk teknis sejak awal. Namun, masih ada kesalahpahaman bahwa kebijakan identik dengan bantuan langsung, padahal sebenarnya kebijakan lebih pada sistem dan tata cara pelaksanaan program. Hal ini terus diluruskan oleh dinas melalui pertemuan langsung. Kesimpulannya, baik dinas maupun pelaku UMKM memiliki tujuan yang sama, yaitu meningkatkan daya saing produk lokal. Dengan komunikasi dua arah dan kerja sama yang terjalin, keduanya dapat menyusun strategi pengembangan UMKM yang lebih tepat sasaran sesuai kondisi lapangan. Berdasarkan hasil wawancara dari informan kedua yaitu, kepala bidang perindustrian bapak Basri, SE,M.Adm.Pemb sebagai berikut:

"Ya, pelaku UMKM paham tentang tujuan dan manfaat program dari dinas. karena, kita kan ya cukup sering turun buat pembinaan dan kasih info tentang cara mengembangkan usaha, kayak legalitas dan perizinan produk."

"Tu salah satunya kita turun dengan bersosialisasi dan dampaknya memang mulai terlihat, terutama dari sisi pemetaan UMKM dan pendataan. Sekarang kita juga punya data yang jelas untuk mengusulkan bantuan atau pelatihan dari pusat. Tapi, anggaran masih terbatas, dan SDM juga masih minim"

"Ada sedikit perbedaan, karena dinas lebih fokus sama kebijakan, sedangkan pelaku UMKM lebih liat langsung kebutuhan di lapangan. Tapi, itu bikin kita bisa saling bantu. Dengan komunikasi yang oke, kita bisa sama-sama bikin strategi yang lebih pas buat tingkatkan daya saing produk lokal."(wawancara 15 april 2025)

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa pelaku UMKM sudah memahami tujuan dan manfaat program dari dinas, terutama karena adanya pembinaan dan sosialisasi yang dilakukan langsung oleh dinas. Melalui kegiatan tersebut, pelaku UMKM mendapat informasi penting seperti pengurusan legalitas dan perizinan usaha. Selain itu, dampak dari upaya

sosialisasi ini mulai terlihat, terutama dalam hal pendataan dan pemetaan UMKM yang lebih tertata, yang kemudian dijadikan dasar untuk mengusulkan bantuan atau pelatihan dari pemerintah pusat, meskipun keterbatasan anggaran dan sumber daya manusia masih menjadi tantangan.

Meskipun ada sedikit perbedaan pendekatan antara dinas dan pelaku UMKM di mana dinas cenderung fokus pada kebijakan, sementara pelaku UMKM lebih melihat kebutuhan riil di lapangan namun perbedaan ini justru memperkuat kolaborasi. Melalui komunikasi yang baik, keduanya dapat saling melengkapi dalam menyusun strategi yang lebih tepat untuk meningkatkan daya saing produk lokal. Pendekatan ini memungkinkan kebijakan dinas menjadi lebih relevan dan tepat sasaran terhadap kebutuhan UMKM di lapangan.

#### 5. Hasil akhir yang ingin dicapai

Berdasarkan hasil wawancara dari pertama informan kepala bidang koperasi dan UKM Ibu Dra. Marjani Sebagai berikut :

“Nah, kalau dampaknya dalam peningkatan daya saing masih terbatas di sumberdaya pelaku UMKM, tapi tidak menutup kemungkinan pasti masih ada pelaku umkm yang tidak mengerti. Kadang mereka ini kesulitan untuk kembangkan teknik produksinya atau inovasi desainnya. Tapi lewat pendampingan dari kita, pelaku mulai belajar buat jaga kualitas kain sutera dan belajar tentang pentingnya branding biar produk mereka semakin laku. Jadi walaupun SDM belum maksimal, program kolaborasi ini membantu sekali buat naikan daya saing produk lokal, khususnya kain sutera, biar tidak cuma dijual di pasar kecil tapi bisa melirik pasar yang lebih luas.”

“iya, kita melihat juga pelaku mendapatkan manfaat dari program ini. Seperti pelatihan untuk meningkatkan keterampilannya dan dukungan moral seperti memberi semangat begitu. Dan mereka juga bahkan menerima bantuan bahan baku yang sangat membantu dalam produksi.”

“Kendalanya ya banyak, di antara yang saya bilang tadi itu juga penurunan jumlah penenun. Kalau solusinya ya kita perlu fokus ke kualitas produk dan cari cara buat menarik minat generasi muda supaya mau terlibat.” (wawancara 14 april 2025)

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa program kolaborasi antara dinas dan pelaku UMKM memberikan dampak positif, khususnya dalam peningkatan daya saing produk lokal seperti kain sutera. Meskipun masih terdapat keterbatasan dalam sumber daya manusia dan pemahaman pelaku UMKM terhadap teknik produksi dan inovasi desain, pendampingan yang dilakukan telah membantu mereka meningkatkan kualitas produk dan memahami pentingnya branding. Selain itu, pelatihan dan bantuan bahan baku yang diberikan juga turut mendukung proses produksi. Namun, tantangan besar yang dihadapi adalah terus menurunnya jumlah penenun serta rendahnya minat generasi muda untuk terlibat, sehingga dibutuhkan upaya lebih untuk menarik keterlibatan mereka serta

menjaga kualitas produk agar mampu menembus pasar yang lebih luas.

Berdasarkan hasil wawancara dari informan kedua kepala bidang perindustrian bapak Basri SE,M.Adm.Pemb Sebagai berikut :

“Sebenarnya program kolaborasi ini untuk bagaimana mereka supaya lebih terampil dalam pemasaran supaya produk mereka makin oke lewat pelatihan tapi seperti yang tadi saya bilang pemikiran pelaku usaha ini kita mau ubah dalam menjual produk mereka, makanya di usulkan Perda untuk mengatur harga penjualan sutera asli itu harus di atas 1 juta atau 1 juta minimal karena susah untuk bersaing kalau tidak begitu, itu kekurangan pelaku usaha kita sebenarnya, dan ini kalo perdanya sudah berjalan pasti terasa dampaknya untuk pelaku usaha ini juga.”

“Iya, kalau kita lihat pelaku UMKM sudah mulai merasakan manfaatnya dari yang kita lihat ya, Mereka paling terbantu dari sisi pendampingan kayak cara mengurus izin usaha, kelola produk biar lebih oke, sama dapat arahan biar usahanya bisa lebih berkembang. Intinya, yang benar-benar aktif ikut pembinaan, pasti dapat insight dan dukungan, walaupun bentuknya belum selalu berupa bantuan langsung.”

“ya itu tantangannya. Pertama, masih banyak pelaku usaha yang kurang antusias atau belum sadar dari anak-anak mudanya juga, pentingnya ikut program kayak begini. Terus dananya juga terbatas, Ya kembali lagi SDM masih kurang ya itu sih. Kalo masalah solusi yang jelas, harus ada semangat dari dua sisi. Dinas terus berkomitmen, tapi pelaku UMKM juga harus lebih terbuka buat berkembang.” (wawancara 15 april 2025)

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa program kolaborasi yang dijalankan bertujuan untuk meningkatkan keterampilan pelaku UMKM, terutama dalam hal pemasaran dan manajemen usaha. Salah satu upaya konkret dari dinas adalah mengusulkan Perda untuk menetapkan harga minimum kain sutera asli agar produk lokal memiliki nilai jual yang lebih tinggi dan bisa bersaing. Program ini sudah mulai dirasakan manfaatnya oleh pelaku UMKM, terutama bagi mereka yang aktif mengikuti pembinaan, seperti pelatihan pengelolaan produk dan perizinan usaha. Namun, tantangan yang masih dihadapi adalah rendahnya antusiasme sebagian pelaku usaha, khususnya dari kalangan muda, serta keterbatasan dana dan sumber daya manusia. Oleh karena itu, keberhasilan program ini memerlukan komitmen dan keterbukaan dari kedua belah pihak baik dari dinas maupun pelaku UMKM agar tujuan bersama dapat tercapai secara maksimal.

#### B. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti di lapangan, Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi Dan UKM masih memiliki berbagai kendala dalam implementasinya. Salah satu hambatan yang ditemukan adalah di sumber daya manusinya seperti masyarakat

yang belum terampil dalam mengelolah usahanya dan persaingan ketat dengan produk dari luar.

Bantuan dana merupakan salah satu bentuk dukungan yang paling diharapkan oleh pelaku usaha UMKM karena permodalan sering kali menjadi kendala juga dalam mengembangkan usaha. Namun, kenyataannya bantuan dana tersebut tidak tersedia dari Dinas, bentuk bantuan dari dinas itu hanya barang seperti peralatan usaha, bahan baku, atau sarana pendukung lainnya. Meskipun bantuan dalam bentuk barang tentu memiliki manfaat, banyak pelaku UMKM merasa bahwa hal tersebut belum cukup menjawab kebutuhan utama mereka, yaitu suntikan modal yang fleksibel untuk mengelola operasional, meningkatkan kapasitas produksi, atau mengembangkan pemasaran. Tapi dari pihak dinas juga menyampaikan kalau bantuan uang mereka bisa bantu tapi mereka alihkan ke kurangnya fasilitas dinas yang bantu seperti izinnya, legalitasnya tapi memang dari dinas kalau bentuk uang itu tidak ada. Ketidaksihinggaan antara bentuk bantuan yang diberikan dan kebutuhan di lapangan ini menimbulkan tantangan tersendiri bagi pelaku UMKM dalam mencapai pertumbuhan usaha yang berkelanjutan.

### 1. *Face to Face Dialogue* (Dialog Tatap Muka)

Berdasarkan hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa bentuk komunikasi antara dinas dan pelaku UMKM, khususnya yang tergolong dalam IKM (Industri Kecil dan Menengah), dilakukan melalui kegiatan pembinaan yang meliputi pelatihan, pendampingan teknis, dan sesi konsultasi. Tujuan dari pembinaan ini adalah membantu pelaku UMKM agar berkembang dari sisi produk, legalitas, dan perizinan usaha. Komunikasi yang dilakukan bersifat fleksibel, tidak terjadwal secara rutin, dan tergantung pada kebutuhan dari masing-masing pelaku usaha. Dinas juga melakukan pendekatan langsung baik dengan mendatangi lokasi pelaku maupun mengadakan pertemuan di tempat umum seperti saat pameran atau pelatihan.

Komunikasi antara dinas dan pelaku UMKM dinilai cukup berjalan dengan baik dan lancar, meskipun intensitas pertemuan tidak selalu sering. Dinas tetap responsif dan terbuka terhadap kebutuhan serta kendala para pelaku, meskipun waktu yang terbatas kadang membuat beberapa pelaku tidak sempat menyampaikan aspirasi mereka secara langsung. Beberapa pelaku juga menyebut bahwa bantuan yang diberikan umumnya dalam bentuk barang seperti benang, bukan dana tunai.

Kendala lainnya yang muncul dalam komunikasi ini antara lain rendahnya partisipasi aktif dari sebagian pelaku, minimnya minat generasi muda terhadap kegiatan menenun, serta perbedaan tingkat pemahaman dan latar belakang pendidikan pelaku usaha yang menyebabkan pendekatan pembinaan harus disesuaikan secara individual. Meski begitu, komunikasi dinilai cukup berjalan dengan baik dan lancar, serta dinas tetap terbuka menerima masukan. Ke depannya, disarankan agar ada sesi komunikasi khusus yang lebih luas agar semua pelaku UMKM memiliki kesempatan untuk menyampaikan pandangan dan kebutuhan mereka.

Dalam hasil wawancara tersebut, dinas menjelaskan bahwa bentuk komunikasi dengan pelaku UMKM umumnya dilakukan secara langsung melalui pembinaan, pelatihan, sosialisasi, konsultasi teknis, dan pertemuan di berbagai acara seperti pelatihan atau pameran. Walaupun intensitasnya tidak rutin dan tergantung kebutuhan, tetapi dinas tetap hadir secara langsung saat diperlukan, baik dengan cara datang ke tempat UMKM maupun mengundang pelaku usaha ke forum diskusi.

Secara keseluruhan, praktik komunikasi antara dinas dan pelaku UMKM dalam bentuk pertemuan langsung yang fleksibel dan terbuka sudah mencerminkan esensi dari teori Ansell dan Gash, yaitu bahwa dialog tatap muka penting untuk membangun kesepahaman, menyampaikan ide, dan menciptakan kolaborasi yang lebih kuat serta saling menguntungkan. Meskipun masih ada kendala seperti minat dari sebagian pelaku, semangat kolaboratif dan pendekatan langsung yang diterapkan sudah menunjukkan keselarasan dengan teori tersebut.

### 2. *Trust Building* (Membangun Kepercayaan)

Hasil wawancara menunjukkan bahwa pelaku UMKM memiliki tingkat kepercayaan yang cukup terhadap program dan kebijakan yang dijalankan oleh dinas. Kepercayaan ini dibangun melalui berbagai upaya dinas seperti pemberian pembinaan, motivasi, pelatihan, serta bantuan berupa barang seperti benang, bukan dalam bentuk uang tunai. Selain itu, keterbukaan informasi dan komunikasi yang aktif dari pihak dinas, termasuk keterlibatan langsung mereka ke lapangan, dinilai membantu dalam memperkuat hubungan antara pemerintah dan pelaku usaha. Pelaku UMKM merasa lebih dimengerti dan diperhatikan ketika dinas hadir secara langsung, memberikan penjelasan, serta mendengarkan keluhan atau kebutuhan mereka secara langsung.

Terdapat beberapa tantangan yang masih dihadapi, seperti keterbatasan anggaran, kurangnya sumber daya manusia, serta perbedaan latar belakang pendidikan pelaku UMKM yang menyebabkan perlunya pendekatan penyampaian informasi yang disesuaikan. Pelaku UMKM juga berharap agar dinas lebih sering hadir di lapangan dan lebih aktif mendorong peran generasi muda, khususnya dalam usaha tenun sutera yang mulai ditinggalkan. Secara umum, hubungan antara dinas dan pelaku UMKM sudah cukup baik, ditandai dengan transparansi, keterbukaan, serta komitmen untuk terus saling mendukung dalam meningkatkan daya saing produk lokal.

hasil wawancara tersebut sudah sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Ansell dan Gash tentang pentingnya *trust* atau kepercayaan sebagai fondasi dalam proses kolaborasi antara pemangku kepentingan. Dalam teori tersebut dijelaskan bahwa kolaborasi yang efektif memerlukan keyakinan bahwa semua pihak memahami peran dan tanggung jawab masing-masing, serta saling terbuka dalam berbagi informasi demi mencapai tujuan bersama. Hal ini sangat tercermin dari berbagai pernyataan dalam hasil wawancara.

Dari sisi dinas, mereka secara aktif berupaya membangun kepercayaan melalui pendekatan langsung ke lapangan, pembinaan yang sesuai kebutuhan pelaku

UMKM, serta keterbukaan dalam penyampaian informasi terkait bantuan dan program. Meski keterbatasan anggaran membuat bantuan lebih bersifat moril dan teknis (seperti pelatihan dan pembinaan), bukan dana tunai, namun upaya komunikasi langsung dan transparansi proses menjadikan pelaku UMKM tetap merasa dihargai dan dilibatkan. Hal ini memperlihatkan bahwa dinas telah menjalankan peran kolaboratif dengan cukup baik, sesuai teori.

Sementara dari sisi pelaku UMKM, mereka mengungkapkan kepercayaan yang tumbuh karena mereka merasa didengar, dibimbing, dan diberi ruang untuk menyampaikan aspirasi. Meskipun ada catatan tentang perlunya pendekatan yang disesuaikan dengan latar belakang pendidikan pelaku, serta harapan agar dinas lebih sering turun ke lapangan, ini justru menunjukkan bahwa hubungan itu terbuka dan komunikatif sesuai dengan konsep "*mutual understanding*" dalam kolaborasi. Jadi, dapat disimpulkan bahwa hubungan antara dinas dan pelaku UMKM memang mencerminkan prinsip kolaborasi dalam teori Ansell dan Gash secara nyata dan aplikatif.

### 3. *Commitment to Process* (Komitmen Terhadap Proses)

Berdasarkan hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa terdapat komitmen dari dinas maupun pelaku UMKM dalam mendorong pengembangan dan peningkatan daya saing produk lokal, seperti *lipa' sa'be*. Komitmen tersebut ditunjukkan melalui pelatihan seperti pemasaran, pembinaan kemudian bantuan bahan, penyediaan fasilitas, atau pengembangan produk hingga upaya regulasi seperti usulan Perda menyangkut peningkatan daya saing di harga. Namun, dalam praktiknya, implementasi program ini menghadapi sejumlah kendala. Pendampingan dari dinas belum berjalan secara konsisten. Selain itu, keterbatasan sumber daya manusia, terutama tenaga muda yang kurang berminat, serta SDM pelaku yang sebagian besar dari kalangan tua, menjadi hambatan tersendiri dalam regenerasi dan penguatan kapasitas usaha.

Di sisi lain, tantangan juga datang dari aspek akses pasar dan permodalan. Banyak pelaku mengeluhkan minimnya bantuan dana, yang menyebabkan pengembangan produk tidak berjalan maksimal. Ditambah lagi, produk lokal masih sulit bersaing dengan produk luar yang lebih unggul dalam distribusi dan promosi. Usulan untuk menjadikan produk ke arah premium menjadi salah satu solusi, namun hal ini membutuhkan dukungan serius dari semua pihak, termasuk konsumen, pemerintah, dan pelaku usaha sendiri. Oleh karena itu, meski kolaborasi sudah terbentuk, perlu adanya penguatan dalam pelaksanaan, pemerataan pendampingan, serta strategi jangka panjang yang mampu melibatkan generasi muda agar keberlanjutan usaha lokal dapat terjaga.

Dari hasil wawancara secara keseluruhan menunjukkan bahwa meskipun terdapat komitmen dari dinas untuk mendukung peningkatan daya saing UMKM, pelaksanaannya di lapangan masih menghadapi berbagai hambatan. Dinas telah melakukan beberapa langkah konkret seperti memberikan pelatihan, pendampingan, bantuan bahan produksi, hingga usulan perda tentang regulasi harga untuk produk lokal seperti sutera. Namun, pendampingan yang dilakukan belum berjalan secara rutin.

Tantangan utama lainnya adalah minimnya partisipasi generasi muda, keterbatasan sumber daya manusia dan anggaran, serta rendahnya pemahaman pelaku UMKM terhadap strategi pemasaran dan pengembangan usaha.

Jika dibandingkan dengan teori yang dikemukakan oleh Ansell dan Gash, hasil wawancara ini belum sepenuhnya sejalan. Dalam teori tersebut, kolaborasi yang efektif menuntut adanya komitmen yang transparan, adil, dan berbasis pada proses negosiasi yang dapat dipercaya semua pihak. Dalam konteks ini, meskipun ada niat baik dari dinas, proses yang dijalankan masih belum menunjukkan struktur yang sistematis dan terbuka. Pendampingan belum merata, kejelasan tahapan program belum konsisten dirasakan oleh pelaku UMKM. Oleh karena itu, meski dasar komitmennya sudah ada, implementasinya belum memenuhi prinsip-prinsip kolaborasi yang diuraikan dalam teori tersebut.

### 4. *Shared Understanding* (Pemahaman Bersama)

Berdasarkan hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa pelaku UMKM secara umum telah memahami tujuan dan manfaat dari program-program yang dijalankan oleh dinas. Program seperti pembinaan, pelatihan, dan pemberian bantuan dalam bentuk barang (misalnya benang) dinilai membantu dalam peningkatan kualitas produk, manajemen usaha, dan pemahaman terhadap strategi pemasaran, termasuk pentingnya menjaga nilai jual sutera lokal agar tidak dijual terlalu murah. Komunikasi langsung dan pendekatan dinas ke lapangan turut berperan dalam mempermudah penyampaian informasi dan memperkecil jarak antara pemerintah dan pelaku usaha, terutama dalam menjelaskan prosedur atau kebijakan yang berlaku. Mereka sebenarnya telah memahami tujuan dan manfaat dari program-program tersebut, namun hal ini tetap sangat bergantung pada sejauh mana pelaku UMKM dapat menangkap dan mengerti penyampaian dari pihak dinas. Sebab masih ada sebagian pelaku UMKM yang membutuhkan pendampingan secara intensif.

Meski demikian, tetap ada sedikit perbedaan dalam sudut pandang. Dinas cenderung berfokus pada kebijakan dan prosedur formal, sementara pelaku UMKM lebih mengutamakan pendekatan praktis yang sesuai dengan kondisi lapangan. Namun perbedaan ini tidak menjadi hambatan berarti karena komunikasi yang terbuka dan saling mendengarkan membuat keduanya bisa saling melengkapi. Dengan adanya sinergi tersebut, baik dinas maupun UMKM dapat bersama-sama menyusun strategi yang lebih tepat sasaran demi meningkatkan daya saing produk lokal, khususnya tenun sutera.

Penjelasan dalam kalimat tersebut sudah sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Ansell dan Gash mengenai pentingnya saling memahami di antara para pemangku kepentingan dalam sebuah proses kolaborasi. Dalam teori tersebut, dijelaskan bahwa kolaborasi yang efektif harus dilandasi oleh pemahaman bersama tentang tujuan, visi, dan makna dari permasalahan yang sedang dihadapi. Pemahaman ini tidak bisa berdiri sendiri, melainkan harus dibentuk melalui proses komunikasi yang terbuka, saling mendengarkan, dan berbagi pengalaman antar pihak yang terlibat.

Penjelasan sudah menggambarkan bahwa pelaku UMKM pada dasarnya telah memahami maksud dan manfaat dari program-program yang dijalankan oleh dinas, meskipun tingkat pemahaman tersebut masih bergantung pada kemampuan masing-masing pelaku dalam menangkap informasi yang disampaikan. Ada pengakuan bahwa sebagian UMKM masih membutuhkan pendampingan secara intensif agar dapat benar-benar mengerti dan menjalankan program dengan baik. Meski ada sedikit perbedaan cara pandang antara dinas yang cenderung mengikuti jalur kebijakan formal dan pelaku UMKM yang lebih praktis di lapangan, komunikasi yang terjalin dengan baik mampu menjembatani perbedaan tersebut. Melalui komunikasi langsung dan pendekatan yang terbuka, baik dinas maupun pelaku UMKM pada akhirnya dapat saling memahami dan menyusun strategi bersama. Hal ini sesuai dengan pemikiran Ansell dan Gash bahwa pemahaman kolektif yang terbangun secara bertahap melalui interaksi dan dialog adalah fondasi utama dari kolaborasi yang berhasil.

#### 5. *Intermediate Outcomes* (Hasil akhir yang ingin dicapai)

Berdasarkan hasil wawancara, terlihat bahwa Program kolaborasi antara dinas dan pelaku UMKM, khususnya dalam pengembangan produk kain sutera lokal, dinilai memberikan dampak positif meskipun belum maksimal. Para pelaku UMKM merasakan manfaat dalam bentuk pelatihan keterampilan, dukungan moral, dan bantuan bahan baku seperti benang, yang secara perlahan meningkatkan keterampilan produksi, pemahaman pemasaran, serta kemampuan dalam menjaga kualitas dan branding produk. Program ini juga mendorong pelaku untuk mulai menjual produknya ke pasar yang lebih luas, tidak hanya skala lokal.

Namun, tantangan masih cukup besar, terutama dalam hal keterbatasan sumber daya manusia, minimnya minat generasi muda untuk terlibat dalam menenun, serta keterbatasan dana yang hanya berbentuk bantuan barang. Beberapa pelaku juga belum sepenuhnya memahami isi pelatihan atau sosialisasi yang diberikan dinas, menunjukkan perlunya penyampaian yang lebih sederhana dan rutin. Meskipun demikian, sebagian besar pelaku menyatakan rasa syukur atas perhatian dari pemerintah dan berharap agar pendampingan bisa lebih sering dilakukan agar hasilnya lebih optimal dan menyeluruh.

Berdasarkan kutipan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa program kolaborasi antara dinas dan pelaku UMKM sudah menunjukkan dampak positif, terutama dalam bentuk pelatihan, pendampingan, bantuan bahan, dan peningkatan keterampilan. Para pelaku UMKM mulai memahami pentingnya menjaga kualitas, *branding*, serta strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing produk, khususnya kain sutera. Meski begitu, keterbatasan sumber daya manusia, rendahnya minat generasi muda, serta keterbatasan dana menjadi hambatan yang masih dirasakan. Di sisi lain, program-program yang telah dijalankan belum merata dirasakan semua pelaku, sebagian karena keterbatasan pemahaman atau partisipasi dari pelaku usaha sendiri.

Jika dibandingkan dengan teori Ansell dan Gash yang menekankan pentingnya kesepakatan terhadap tujuan bersama serta komitmen dari masing-masing pihak untuk

menjalankan perannya dalam menyelesaikan persoalan bersama, maka secara umum wawancara ini sudah sejalan. Hal ini terlihat dari adanya kesadaran dinas terhadap pentingnya kolaborasi dan komitmen mereka dalam memberikan dukungan, serta adanya upaya membangun pemahaman dan kepercayaan kepada pelaku UMKM meskipun belum sepenuhnya merata. Namun, ada bagian yang belum sepenuhnya konsisten dengan teori, yaitu kurangnya keterlibatan aktif dari beberapa pelaku UMKM serta masih adanya kesenjangan komunikasi atau pemahaman terhadap program, yang menunjukkan bahwa kesepakatan terhadap hasil dan peran belum sepenuhnya solid dan menyeluruh.

## 4. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dalam BAB V di atas, maka peneliti mengambil kesimpulan mengenai kolaborasi antara Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, dan UKM dengan pelaku UMKM dalam peningkatan daya saing produk lokal menggunakan teori Ansell dan Gash mengacu pada lima indikator utama yaitu dialog tatap muka, membangun kepercayaan, komitmen terhadap proses, pemahaman bersama dan hasil akhir yang ingin di capai. Dari kelima indikator yang digunakan dalam penelitian, empat di antaranya telah berjalan dengan baik, mencerminkan adanya keterikatan antara dinas dan pelaku UMKM dalam mendorong daya saing produk lokal. Namun, masih terdapat satu indikator yang belum tercapai secara maksimal, yakni terkait konsistensi pelatihan, pendampingan dan penguatan sistem kolaborasi. Hal ini disebabkan oleh sejumlah kendala yang ada di lapangan, seperti keterbatasan sumber daya manusia dan anggaran, rendahnya minat generasi muda, Banyak pelaku UMKM mengeluhkan minimnya dukungan dana serta sulitnya akses ke pasar. Produk lokal kalah saing dalam hal promosi dan distribusi dibandingkan produk dari luar. serta belum terbangunnya mekanisme kerja sama yang sepenuhnya sesuai dengan prinsip kolaboratif sebagaimana dijelaskan dalam teori.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ansell, C., & Gash, A. (2007). Collaborative governance in theory and practice. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 18(4), 543–571. <https://doi.org/10.1093/jopart/mum032>
- Anisa Fauziyah, Z. A. (2023). Instrumen tes dan non tes pada penelitian. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*.
- Damarwulan, L. M. (2018). The role of quality of entrepreneurial networking and responsiveness to global business environment in improving the marketing performance of Indonesian exporting SMEs. *Quality Management*, 91–97.

Denata, H. N. (2024). Analisis strategi pemasaran produk lokal pada pasar. *Journal of Entrepreneurial Studies (JES)*, 28–35.

Indriantoro, N. (2014). *Metode penelitian bisnis* (Cetakan ke-4). BPFPE.

Khalik, A., Muslimin, M., & Asis, A. (2021). Peran tokoh masyarakat dalam meningkatkan ekonomi kreatif di Desa Pussui Kecamatan Luyo (Ditinjau dari perspektif sosiologi). *Journal Pegguruang: Conference Series*, 3(2), 740–746.

Magdalena, D., Syaeba, M., & Fitrah, N. (2024). Keberadaan badan usaha milik desa (BUMDes) sebagai ekonomi desa di Desa Tawalian Timur Kecamatan Tawalian Kabupaten Mamasa (Studi kasus pengelolaan air bersih). *Journal Pegguruang: Conference Series*, 6(1), 180–185.

Mamik. (2015). *Metodologi kualitatif*. Zifatama Publisher.

Rusandi, & Rusli, M. (2021). Merancang penelitian kualitatif dasar/deskriptif dan studi kasus. *Jurnal Pendidikan dan Studi Islam*, 1–13.

Sugiyono. (2022). *Teknik analisis data*. Alfabeta.